

ЗНАЧЕНИЕ КЛАСТЕРОВ В СФЕРЕ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ГОРОДА

Р.Н. Грабар, Ж.Г. Шумак

Полесский государственный университет, grabar.r@mail.ru, shymak_jg@mail.ru

Креативная экономика рассматривается как новая модель роста, которая предполагает относительно небольшие первоначальные инвестиции в инфраструктуру знаний или человеческий капитал, включая идеи, культурные нормы, концепции и решения. Эталонным определением креативной экономики считается определение Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании, согласно которому креативная экономика – это «индустрии, исходящие из индивидуального творчества, навыков и талантов и имеющие потенциал к формированию благосостояния и создания рабочих мест через генерирование и использование интеллектуальной собственности» [1].

В Великобритании впервые применили специальные статистические коды для выделения представителей креативного сектора от других экономических субъектов. Однако, границы креативной индустрии подвижны. В настоящее время в ее состав включают такие виды деятельности как реклама, архитектура, ремёсла, кинематография, дизайн, создание моделей одежды, интерактивные развлекательные программы, музыка, исполнительные искусства, пресса, программное обеспечение и вычислительные системы, телевидение и радио.

Формирование креативной экономики в Европе характеризуется масштабным развитием рекламного бизнеса и визуальных искусств. В рекламном бизнесе продукты рекламных компаний приближаются к произведениям искусства, имеющим сложную драматургию. Реклама в странах Европы тоже относится к креативной индустрии. Лидером на европейской креативной арене является сектор визуальных искусств. Он объединяет арт-рынок, музеи, дизайн, ремесла и сувенирную индустрию, что в целом составляет 1,231 млн. занятых лиц и 127 млрд. евро совокупного дохода ежегодно[1]. Именно в этой части креативной экономики больше всего маленьких предприятий, студий, галерей, мастерских и самозанятых лиц (художников и фотографов).

С переходом от массовой промышленности к экономике знаний от работников требуются творческое мышление, способность нешаблонно решать поставленные задачи, и желание постоянно развиваться. По сложившейся традиции Беларусь много внимания уделяет реальному сектору экономики, но не до конца использует человеческий потенциал в сфере творчества. Для формирования креативного творческого класса в стране важную роль играет дополнительное образование для взрослых. По информации Министерства образования, услуги по дополнительному образова-

нию в Беларуси предоставляют около 400 учреждений, где ежегодно обучается до 400 тысяч человек [2]. Беларусь гордится высоким образованием своего населения, но время, когда образование получается только в стенах учебных заведений, закончилось. Сейчас необходимо уметь учиться на рабочем месте, во время досуга, в процессе выполнения различных общественных поручений.

Развитие креативной экономики в Беларуси тормозит отсутствие в белорусском законодательстве такого понятия. Людям приходится оформлять статус ремесленника, индивидуального предпринимателя, не имея при этом достаточного доступа к займам, ресурсам для старта своего бизнеса.

Для развития креативной экономики полезно использовать опыт европейских стран. В Европе поддержка креативного сектора, по сути, сводится к синхронному развитию пяти составляющих: выработка политик и адвокация, деятельность профессиональных сетей и ассоциаций; укрепление организационного потенциала, в том числе через специальное образование и обучение в течение жизни; работа инкубаторов и акселераторов; создание кластеров и хабов; интернационализация (ориентация на глобальные рынки и мировую креативную сцену) [1].

Такой подход обеспечивает устойчивость и постоянство данного сектора. Для креативных экономик характерно развитие по кластерному типу. Креативные кластеры возникают в основном путем освоения промышленных объектов, не используемых в связи со свертыванием производства. В таких помещениях, на таких площадях могут найти применение объединения художников, дизайнеров и т.д. Такие кластеры помогают изучать и выявлять наиболее интересные инициативы с точки зрения культуры и культурного наследия и увязывать их с бизнесом.

Креативная экономика – это производство идей, смыслов, произведений, проектов, которые становятся самостоятельными продуктами на рынке [3, с. 154]. Большинство проектов в сфере креативной экономики носят временный характер, а мировой опыт подтверждает, что продвижение креативных проектов позволяет достичь постиндустриальной адаптации не для предприятий, а для городов и поселков. В Беларуси индустрия творчества почти не имеет реальной поддержки на уровне администраций городов и районов. Это происходит из-за отсутствия устойчивых механизмов поддержки творческого предпринимательства со стороны городских и районных властей. Поэтому именно кластерный характер развития этих проектов может обеспечить положительный результат. Реализация проектов в сфере культуры должна быть направлена на масштабные изменения городской среды, маркетинг городских территорий и поддержку представителей креативной экономики. Такие проекты способны повысить статус населенного пункта, улучшить его имидж.

По нашему мнению наиболее полно значение креативной индустрии для экономики городов сформулировала Метелева Е.Р. В своих работах она определила ее значение следующим образом [4]:

- товары и услуги, производимые данными индустриями могут потребляться и городскими жителями и приезжими: потребляться на месте и экспортироваться в форме гастрольных поездок и видеозаписей;
- одно рабочее место в креативной индустрии приводит к созданию нескольких мест в сфере ее обслуживания;
- характер деятельности в креативной индустрии исключает наличие эффекта замещения рабочей силы факторами производства, что не позволяет опуститься численности занятых ниже определенного уровня;
- члены кластера получают преимущества от эффекта локализации организаций данного сектора экономики и от соседства других видов экономической деятельности в городе или регионе.

Для реализации проектов в сфере креативной экономики со стороны государственных органов требуется определенная система мер, включающая в себя: консультирование предпринимателей и творческих компаний по вопросам открытия и ведения бизнеса; предоставление аренды помещений на льготных условиях; развитие системы микрокредитования; создание краудфандинговых площадок; содействие развитию франчайзинга и франдрайзинга.

Создание культурологического кластера способствует росту деловой активности в регионе, так как в предпринимательскую деятельность вовлекаются люди по традиционным представлениям далекие от нее. Инвесторы, в т.ч. и международные рассматривают свои финансовые вложения в развитие креативного сектора как инвестиции в создание новых рабочих мест и укрепление социальной защищенности уязвимых групп населения. Несомненно, в таком подходе есть риск развития инфантилизма и возникновения чрезмерной бюрократии вокруг поддержки креативного сектора, поэтому принимая решение о поддержке креативной индустрии, необходимо найти оптимальные варианты ее организации.

Список использованных источников:

1. Культура и креативность. Креативная экономика в Европе: 5 шагов для взлета // Электронный ресурс // Режим доступа <https://www.culturepartnership.eu/article/creative-economy-steps-to-rise> / Дата доступа 27.03.2018.

2. Почему креативным людям в Беларуси приходится становиться ремесленниками // Электронный ресурс // Режим доступа http://www.zautra.by/art.php?sn_nid=26180 / Дата доступа 27.03.2018.

3. Сапрыкина А.Н. Кластеры в сфере культуры: необходимость формирования и особенности создания // Электронный ресурс // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/v/klastery-v-sfere-kultury-neobhodimost-formirovaniya-i-osobennosti-sozdaniya> / Дата доступа 27.03.2018.

4. Метелева Е.Р. Оценка социально-экономического эффекта от развития городских кластеров креативных и культурных индустрий // Электронный ресурс // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/v/otsenka-sotsialno-ekonomicheskogo-effekta-ot-razvitiya-gorodskih-klasterov-kreativnyh-i-kulturnyh-industriy> / Дата доступа 27.03.2018.